

# **GESTIÓN AMBIENTAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE GASEOSAS Y AFINES EN LA PROVINCIA DE HUÁNUCO**

## **ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND SOCIAL RESPONSABILITY OF THE DISTRIBUTION COMPANIES OF GASEOUS AND RELATED IN THE PROVINCE OF HUANUCO**

**AURELIO SIMÓN ROSAS**

Universidad Nacional Hermilio Valdizán

**e-mail:** asr1949@hotmail.com

**Recibido el 3 de febrero del 2015**

**Aceptado el 10 julio del 2015**

### **RESUMEN**

La investigación se ha efectuado para conocer acerca de la gestión ambiental y responsabilidad social de las empresas distribuidoras y dueños de establecimientos que venden gaseosas envasadas en plásticos y vidrios. ¿Qué hacen con los envases vacíos?, ¿sí asumen responsablemente el cuidado del medio ambiente de la contaminación o es que no tienen una responsabilidad social al respecto?. Asimismo, determinar cuál es la actitud del público consumidor, si están igual que los empresarios o peor en cuanto a cultura, conciencia sobre el manejo y el cuidado del medio ambiente.

Los resultados obtenidos de los administradores de las distribuidoras de esta actividad empresarial que venden tales productos, indican que nadie hace gestión ambiental, mucho menos demuestran una responsabilidad social. El interés que se muestra es, únicamente, vender los productos que oferta el mercado aprovechando la publicidad y el marketing, incluso, las fábricas no muestran interés por el cuidado del medio ambiente, razones por la cual, los distribuidores manifiestan que no hay ley que les obligue poner contenedores para depositar los envases una vez consumidos por los clientes.

Con esto, socialmente hablando, a los empresarios, se les puede considerar irresponsables. Finalmente, por los resultados logrados, se sugiere que las instituciones públicas, organismos no gubernamentales (ONGs) y los ambientalistas deben actuar multisectorialmente y buscar alternativas y difundirlas de manera que se sensibilice a la población en general, incluido los empresarios, sobre la responsabilidad social para no contaminar el medio ambiente y así podamos tener una vida saludable.

**Palabras claves:** gestión, ambiente, contaminación, logística inversa, responsabilidad social, envases de gaseosas, etc.

### **ABSTRACT**

The research work has been conducted to learn about environmental management and corporate social responsibility distributors companies and owners of establishments that sell soda bottle in plastic and glasses. What do they do with the empty sodabottles?, Do they assume responsibly to preserve the environment from pollution or they do not have a social responsibility?. Likewise, determine the consumers' public attitude, if they are equal to the entrepreneurs or worse in terms of culture, awareness and care management environment. The results obtained from the managers of these business distributors who sell these products show that nobody make environmental management less social responsibility, The interest only shows to sell the products offered to the market by leveraging advertising and

marketing factories make (several), and even factories or not interested , why distributors manifest there are not any law that force to put containers to deposit soda bottles once the they are consumed by customers.

With those results, speaking socially, the entrepreneurs can be considered irresponsable. All in all, for the results obtained, suggest that public institutions , non-governmental organizations - (NGOs) and environmentalists must act multispectral and disseminate alternatives and so sensitize the general population including entrepreneurs on corporate social responsibility to avoid polluting the environment and we can have a healthy life.

**Keyword:** management, environment, pollution , reverse logistics , social responsibility, base plates of soft drinks, etc.

## INTRODUCCIÓN

### A. Antecedentes

A los problemas generados por la actividad industrial, solucionarlos no es de los países desarrollados, ni un antojo de administraciones públicas y privadas, sino es de garantizar la base de recursos y la habitabilidad futura del territorio llamado Huánuco, que forma parte de un todo del planeta tierra.

Se cree que es fundamental e imprescindible que las empresas distribuidoras de gaseosas y a fines en Huánuco deben organizarse en gremios para proponer, coordinar y concertar políticas y lineamientos y estrategias de gestión ambiental, que estimamos que coadyuvará al desarrollo transversal económico, turístico, urbano sociocultural; sin embargo, los empresarios no dan importancia y no hacen nada con relación al cuidado del medio ambiente.

### B. Razón de la investigación

Hoy en día, a nivel mundial, hablar de conservación del medio ambiente es tema de los empresarios, instituciones y de la población; sin embargo, en nuestro medio, las instituciones no hacen nada, por ello, en esta investigación se invoca a la reflexión, al qué hacer con los desechos (incluido los envases de gaseosas), de manera que está en nosotros mismos cuidar la naturaleza.

### C. Importancia

Si bien en otros países la prioridad es la conservación del medio ambiente, en el Perú no hay un marco jurídico que haga que se cumpla las normas promulgadas por el gobierno central, por consiguiente, se cree que vuestro aporte es el comienzo para crear conciencia, educación ambiental y con ello, se configure la importancia del estudio en materia de investigación.

### D. Problemas

#### Problema Principal

¿Las empresas distribuidoras de gaseosas tienen como agenda la política ambiental a nivel provincial para aprovechamiento sostenible y conservación de los recursos naturales que coadyuvará al desarrollo económico, turístico, urbano y sociocultural de sus clientes/usuarios de Huánuco?

#### Problema Secundario 1

¿La gestión ambiental de las empresas distribuidoras de gaseosas y productos, a fines de la provincia de Huánuco, será necesaria y fundamental para el bienestar de la población en el presente y futuro?

#### Problema Secundario 2

¿Será necesario la implementación de un sistema de responsabilidad social sobre gestión ambiental de las empresas para evitar la progresiva contaminación ambiental a nivel de la provincia de Huánuco?

### E. Objetivos

#### Objetivo Principal

Proponer a las empresas distribuidoras de

gaseosas de Huánuco tener una agenda de responsabilidad social con relación al medio ambiente para el aprovechamiento y conservación de sus recursos naturales, productos que oferta en la jurisdicción de Huánuco de acuerdo a la realidad e intereses de la comunidad como organización.

### Objetivo Secundario 1

Proponer alternativas para establecer una logística de responsabilidad social e implementar acciones como plan piloto para que tenga efecto multiplicador a nivel de otras empresas y negocios y ejecución de políticas ambientales.

### Objetivo Secundario 2

Proponer alternativas de cómo actuar para evitar la contaminación, cómo cuidar el medio ambiente y así lograr que todos se involucren en asumir esta responsabilidad.

## F. Hipótesis

### Hipótesis Principal

Haciendo conocer cuál es su responsabilidad social que deben tener las empresas destructoras de gaseosas se podrá concientizar y formular propuestas para que los empresarios dedicados a esta actividad sistematice una logística que beneficie a la población y forme una cultura con relación al cuidado del medio ambiente.

### Hipótesis Secundario 1

Conociendo cuál es su responsabilidad social de las empresas distribuidoras de gaseosas y otros productos a fines, se estará involucrando en la práctica de cultura de calidad de atención a sus clientes.

### Hipótesis Secundario 2

Las alternativas de solución a problemas ambientales vía concientización en los clientes, permitirán como política la aplicación y evaluación de los instrumentos de gestión y marcará la diferencia y estará acorde a las exigencias de las nuevas tendencias de las actividades empresariales que están tomando con seriedad la gestión de medio ambiente.

## MATERIAL Y MÉTODOS

Técnicas: Encuesta a distribuidores y a público consumidor

Materiales: Cuestionario para trabajo de campo

Método: Descriptivo, Estadístico, Analítico

## RESULTADOS

I. Encuesta a distribuidores y a dueños de establecimientos que venden al por mayor y menor gaseosas y productos a fines en la provincia de Huánuco.

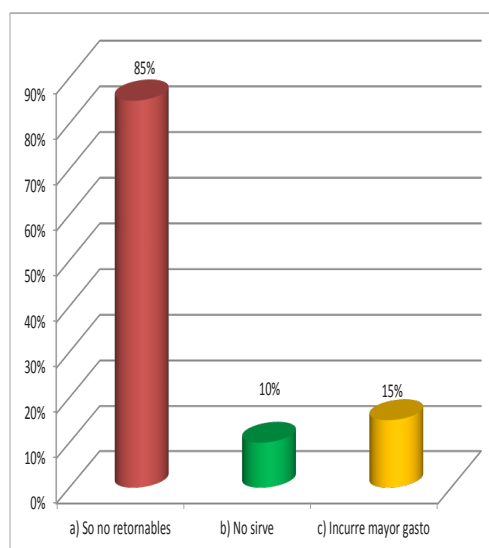
**CUADRO N° 01**

PREGUNTA: 4		MUESTRA	RESPUESTAS			TOTAL
4. ¿Por qué no recogen los envases de plástico y de vidrio de gaseosas que distribuye su empresa?		20	A <sub>1</sub>	A <sub>2</sub>	A <sub>3</sub>	%
ALTERNATIVA	a) Son no retornables		15			85%
	b) No sirven			2		10%
	c) Incurre mayor gasto				3	15%
TOTAL		20	15	2	3	100%

Fuente: Encuesta, octubre, 2013

Elaboración: Equipo de Investigación

**GRÁFICO N° 01**



## INTERPRETACIÓN

Los distribuidores, en la pregunta 4, respondieron a la alternativa a. son no

retornables, 15. 85%; a la alternativa b. 2.10% y a la alternativa c. 3. 15%; haciendo las respuestas de 100%.

B. Encuesta a consumidores de gaseosas y otros productos a fines de Huánuco.

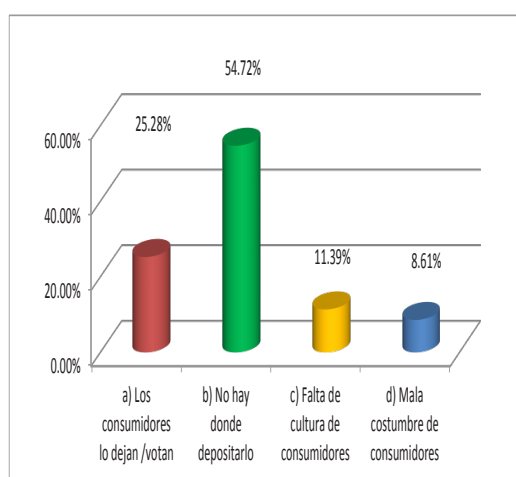
**CUADRO N° 02**

PREGUNTA: 8		MUESTRA		RESPUESTAS				TOTAL
8. ¿A que se debe que hay envases de vidrios y plástico de gaseosas formando basura en las calles y en otros lugares públicos?		360		A <sub>1</sub>	A <sub>2</sub>	A <sub>3</sub>	A <sub>4</sub>	%
ALTERNATIVA	a) Los consumidores lo dejan / votan			91				25.28%
	b) No hay donde depositarlo				197			54.72%
	c) Falta de cultura de consumidores					47		11.39%
	d) Mala costumbre de consumidores						31	8.61%
TOTAL		360		15	2		3	100%

Fuente: Encuesta, octubre, 2013

Elaboración: Equipo de Investigación

**GRÁFICO N° 02**



## INTERPRETACIÓN

A la pregunta 8, los encuestados marcaron como respuesta a la alternativa **a.** Los consumidores lo dejan /votan 91 personas, que hace un porcentaje de 25.28%; a la alternativa **b.** NO hay donde depositarlo 197 personas que hace un porcentaje de 54.72%; a la alternativa **c.** Falta de cultura

de consumidores 41 personas, que hace un porcentaje de 11.39% y a la alternativa **d.** Mala costumbre de consumidores, 31 personas, que hace un porcentaje de 8.61%.

## Redacción Ordenada

Se ha desarrollado según esquema: **Capítulo I.** Planteamiento del Problema, **Capítulo II.** Marco Teórico: Antecedentes de Estudio, Principios de Gestión Ambiental, Objetivos, Competencias Ambientales, Ámbito Conceptual, Conceptos Básicos, **Capítulo III.** Marco Metodológico: Tipo y Nivel de Investigación, Métodos de Estudio, Población y Muestra y **Capítulo IV.** Resultado (Trabajo de Campo) Cuadros y Gráficos.

## DISCUSIÓN

La responsabilidad social no es una actitud que arroja beneficiarios solo hacia el medio ambiente, los recursos naturales, sociales y humanos a su representa para la empresa una inversión, que repercute en beneficios financieros, en algunos casos a corto plazo y en otros a mediano plazo y largo plazo, sino a su vez las empresas distribuidoras de gaseosas y productos a fines a nivel Huánuco y del país generará condiciones favorables para minimizar los impactos negativos que le produce pérdidas.

Se sabe que la contaminación es, básicamente, generado por residuos de toda clase, en este caso los envases de vidrio y plástico tienden a contaminar, creciendo de esta manera peligrosa y sin precedentes, complementado con el desarrollo y progreso tecnológico por negligencia del ser humano y por las industrias que producen bienes de toda naturaleza que poco o nada hacen para conservar el medio ambiente, al contrario, lo contaminan irresponsablemente.

En el resultado de trabajo de campo, se demuestra que las instituciones públicas, Organismos no gubernamentales (ONGs) no le dan la importancia debida a dicho tema, para ellos, la responsabilidad es vender más y tener más utilidades, y escapan al rol verdadero, que es la responsabilidad social en todo el colectivo de la provincia de

Huánuco.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Velásquez Fernández, Ángel "Metodología de la Investigación Científica". Lima – 2003.
2. Collazos Cerrón, Jesús, "Manual de Evaluación Ambiental de Proyectos". Lima – 2009.
3. Instituto de Desarrollo y Medio Ambiente (IDMA) 1991. Agroquímica Problema Nacional – Lima.
4. Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, 1996. Programa de Vigilancia de la Contaminación Ambiental – Lima
5. BOLAÑOS LLANOS, Problemas ambientales. Lima, INAPMAS. Ministerio de Salud, 1998, 54 pg.
6. CONAM, Contaminación Ambiental en Lima. Lima, CONAM, 1998. Pág. 37.
7. ICPNA, "Forum sobre contaminación Ambiental". Lima, ICPNA. Pág. 40.
8. MINISTERIO DE SALUD, Problemas ambientales y comunidad. INAPMAS, 1998, Pág. 76.
9. SUARES, JOSÉ. Lima Contaminada. En el Comercio, 24 de abril de 1998. Lima, Editora el Comercio, 1998.
10. SAMAME Soto, Luisa. "Medio Ambiente y Educación en el Perú". Lima. Servicios gráficos Omega, 1998. 154 pg.
11. <http://www.greenpeace.org>.
12. <http://www.pollution.com>
13. <http://www.ecology.com>
14. <http://madresdelastorres.ar.tripod.com/investigaciones/trabajo.hotmail>